

广东天龙油墨集团股份有限公司 2017 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：无法表示意见。

本报告期会计师事务所变更情况：报告期内，会计师事务所没有发生变更。

非标准审计意见提示

适用 不适用

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了无法表示意见的审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者阅读。

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：2017 年度拟不进行利润分配，亦不进行资本公积金转增股本和其他形式的分配。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	天龙集团	股票代码	300063
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	徐永全	秦月华	
办公地址	广东省肇庆市金渡工业园内	广东省肇庆市金渡工业园内	
传真	0758-8507823	0758-8507823	
电话	0758-8507810	0758-8507810	
电子信箱	tjzt@tlym.cn	tjzt@tlym.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司经营范围和主营业务

公司是从事互联网营销服务和精细化工产品制造与销售的现代企业集团。主营业务包括互联网营销、油墨化工和林产化工。公司互联网营销业务是以搜索引擎营销服务及相关技术的研发应用为主，涵盖了搜索引擎营销、移动营销、社会化整合营销等多种营销方式，为客户提供从创意策划、营销策略制定、营销数据挖掘分析、精准营销、广告效果监测至广告投放优化等一站式整体营销服务。公司油墨化工业务主要从事环保油墨的生产和销售，产品包括水性油墨、溶剂油墨、水性树脂和

水性光油等。产品广泛应用于如瓦楞纸箱和食品外包装等各种包装印刷领域。公司林产化工业务主要从事松香、松节油以及松香、松节油深加工产品的生产及销售。产品包括歧化松香、歧化松香钾皂、蒎烯、月桂烯、二氢月桂烯等。产品可用于合成树脂、印刷、涂料、染料、香料等精细化工领域。

报告期内的公司主营业务未发生重大变化。

（二）公司主要经营模式

1、互联网营销服务模式

公司互联网营销业务主要包括两方面：（1）搜索引擎、信息流、应用市场等营销服务。主要向客户提供整合营销购买及广告投放服务，同时还提供营销数据挖掘分析、营销策略制定、客户网站优化、精准营销、广告效果监测以及广告投放优化等服务，以满足客户全方位的营销需求。作为互联网整合营销服务商，公司在整个互联网营销生态中，将媒体和广告主以更高专业高效的方式连接在一起。一方面，通过十多年的行业积累，凭借数百家大客户和上万家中小客户的营销服务经验，公司成为搜索引擎、移动信息流、应用分发、垂直媒体等多种互联网媒体的核心代理商，跟媒体共同完成所制定的业绩指标；另一方面，公司整合丰富的媒体资源，依靠专业的服务和技术团队，可根据广告主需求，提供一站式全案式的互联网广告采买、优化、创意技术支持等服务。（2）移动媒介代理业务、创意策略及制作服务。通过挖掘移动互联网新趋势和优质媒介资源，为品牌广告主提供整合的媒体购买、创意策略制定以及技术开发支持等全方位的定制化移动营销服务，帮助广告主完成在移动互联网端的营销推广工作；通过高效专业的服务能力提供优化及检测服务，确保营销活动的良好效果和转化，完成营销诉求；挖掘市场上优质的头部媒体资源，积极寻求深度合作开发的定制媒介资源，匹配客户需求，通过创意和技术实现客户的营销目的。

2、油墨化工经营模式

公司向市场采购合成树脂所需的各种化工原料，通过高温聚合、乳液聚合等工艺自制合成树脂，再经过配料、研磨、搅拌、调浆等生产环节，将所采购的颜料、溶剂、助剂配制成油墨，向下游印刷企业提供专业油墨产品。公司所生产的油墨较之传统的印刷油墨更具环保性，具有无毒、无污染的特点，符合环保政策的要求。所服务的印刷企业主要为外包装印刷企业，产品主要用于瓦楞纸箱、食品、日用品、医药外包装等的印刷。公司在全国有四大生产基地，产品覆盖全国并销往东南亚。

3、林产化工经营模式

公司向市场采购松脂，通过各种工艺生产制造成松香、松节油等，或以松香、松节油为原料再深加工为歧化松香、歧化松香钾皂、蒎烯、月桂烯、二氢月桂烯等产品。产品广泛应用于印刷、涂料、染料、香料等精细化工领域。

（三）报告期内主要的业绩驱动因素

报告期内，公司实现销售收入687,601.45万元，同比增长29.99%，收入增长的主要驱动因素在于以下几个方面：

1、跟随中国互联网营销环境的变化，调整互联网营销业务布局

在公司互联网营销业务中，搜索引擎占据了最大体量的位置，贡献了主要的收入，但是随着移动互联网的兴起，搜索引擎的流量入口位置逐渐弱化，搜索业务增长放缓。信息流业务的迅速崛起，是公司互联网营销业绩增长的主要动因。随着移动互联网的发展，用户的时间和注意力被碎片化的分散到了众多APP中，其中以个性化推荐为核心的新闻客户端起量迅猛，形成了以今日头条、UC为代表的新兴信息流媒体。2017年公司及时把握了信息流兴起的浪潮，保有了今日头条、UC等媒体的核心代理权，超额完成了媒体目标任务，在移动信息流广告市场中占据了重要地位。

2、移动互联网业务取得进展

随着中国移动互联网行业的发展和人群的扩张，移动营销已经逐步排在众多品牌客户营销中的首要位置。同时随着移动互联网技术和概念的不断更新，移动营销已经开始从单纯广告投放到更深层次的基于数据、技术和媒体原生功能内容的层次过渡。公司在发展过程中，一方面巩固已有的优势媒体资源，优化和提高诸如飞常准、携程旅行等航旅类移动媒体资源的质量以满足客户的更高需求。另一方面，积极开拓垂直细分移动媒体领域，2017年成功在运动健身、消费升级、科技媒体、O2O等领域挖掘具有商业合作价值的媒体，并帮广告客户在针对细分人群的圈层营销中获得成功。同时，公司还在为OF0单车和美团外卖这样的新移动应用产品成功进行了商业模式的开发和广告规划。移动互联网业务的拓展促进了公司业绩的提升。

（四）公司所处行业分析

1、行业发展阶段

2017年中国互联网营销市场整体仍然保持着稳定增长，整体数字营销市场发展成熟，广告主对于互联网媒体的营销价值和用户价值普遍认可。从广告结构上来看，搜索媒体体量仍然最大，但是增长放缓；信息流广告为整体市场带来新的活力，实现了爆发式增长。从营销模式上看，互联网广告向内容化、原生化、跨屏化、数据化方向发展，对广告的内容创意能力和数据技术运用能力，提出了更高的要求。

2、行业竞争地位

搜索引擎营销领域：子公司煜唐联创具有领先优势，公司坚持“专注、专业、专一、专心”的服务理念，依托强大的技术研发平台、丰富的SEM管理经验、优秀的运营团队，致力于为客户提供基于搜索引擎平台的整合营销解决方案，服务上万家客户，树立了广泛的品牌影响力。公司与国内其他主要的搜索引擎媒体、信息流媒体均保持长期稳定的战略合作关系，建立了稳固的渠道网络。搜索引擎营销业务中，百度、神马业务体量位居前五；信息流媒体业务中，作为今日头条和UC头条的核心代理商，业务体量占据行业前五的位置。在专业度方面，保持百度五星代理商及今日头条的五星级代理商地位。报告期内获得如下专业奖项：百度品牌营销银奖、百度行业营销优秀案例、百度展示广告杰出贡献奖三等奖、百度总业绩杰出贡献奖二等奖、百度代理商原生杰出贡献奖、百度原生广告金牌创意代理商、360 2017年度最具实力伙伴、360 2017年度金牌运营团队、360 2017年中金牌产品团队、搜狗白金促销小组第一、搜狗医疗样式覆盖率第一、搜狗华东白金提升前三、搜狗无线白金方法论小组第一、搜狗2017年年度战略伙伴、今日头条创新精准智能营销案例大赛第二名、今日头条整合营销奖、今

日头条突出贡献奖。

移动端互联网营销领域：子公司北京智创拥有较强创意团队和技术优势，经过多年的积累，整合了智能手机领域优质的应用以及广告资源，搭建了广告主和应用开发者之间的广告技术服务平台，并借助大规模数据处理的平台优势以及贴近应用开发者的服务模式，为应用开发者提供产品推广服务，为广告主提供高效的服务。在汽车、家化品牌移动营销领域确立了一定的行业地位。

精细化工领域：公司水性油墨产销量连续多年居全国前列，公司歧化松香产销量连续四年位居全国前列。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	6,876,014,553.72	5,289,656,149.30	29.99%	1,714,069,387.69
归属于上市公司股东的净利润	-305,824,935.48	142,344,608.79	-314.85%	46,556,733.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-367,870,331.97	127,796,094.41	-387.86%	43,685,113.01
经营活动产生的现金流量净额	117,275,666.12	117,903,180.46	-0.53%	10,989,402.96
基本每股收益（元/股）	-0.4210	0.1960	-314.80%	0.2156
稀释每股收益（元/股）	-0.4210	0.1960	-314.80%	0.2156
加权平均净资产收益率	-14.92%	6.70%	-21.62%	5.16%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	3,554,756,022.37	3,686,908,858.06	-3.58%	3,351,429,603.78
归属于上市公司股东的净资产	1,890,122,005.34	2,209,914,029.93	-14.47%	2,053,922,007.37

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,352,323,126.43	1,594,876,282.92	1,852,859,759.30	2,075,955,385.07
归属于上市公司股东的净利润	29,570,486.29	45,079,525.35	43,362,088.90	-423,837,036.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	28,907,054.13	43,984,571.94	40,305,523.17	-481,067,481.21
经营活动产生的现金流量净额	7,529,193.46	141,766,959.12	5,417,745.82	-37,438,232.28

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总	37,444	年度报告披露日前一个	38,528	报告期末表决权恢复的	0	年度报告披露日前一个	0
------------	--------	------------	--------	------------	---	------------	---

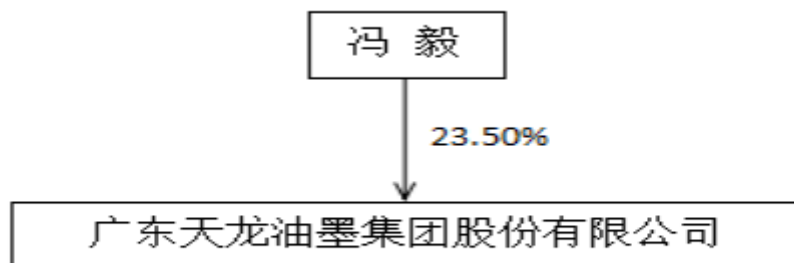
数		月末普通股 股东总数		优先股股东 总数		月末表决权 恢复的优先 股股东总数	
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件 的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
冯毅	境内自然人	23.50%	170,724,933	128,043,700			
程宇	境内自然人	12.07%	87,687,012	68,601,588	质押	31,750,000	
常州长平资本管理 有限公司	境内非国有法人	5.90%	42,875,990	42,875,990	质押	42,875,990	
上海进承投资管理 中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.95%	21,437,995	21,437,995	质押	17,150,000	
冯华	境内自然人	2.78%	20,225,000	15,168,750			
常州京江永晖投资 中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.42%	17,561,155	17,561,155	质押	17,561,155	
芜湖联企投资咨询 合伙企业（有限合 伙）	境内非国有法人	1.97%	14,291,997	14,291,997	质押	11,800,000	
冯军	境内自然人	1.95%	14,150,000	0			
束盈	境内自然人	0.90%	6,523,157	6,523,157			
甘欣辉	境内自然人	0.68%	4,949,154	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，冯毅、冯华和冯军为胞兄弟关系，为一致行动人。程宇及其配偶分别持有芜湖联企投资咨询合伙企业（有限合伙）10%和 90%的出资份额，程宇和芜湖联企投资咨询合伙企业（有限合伙）构成关联关系，是一致行动人。常州京江永晖投资中心（有限合伙）合伙人常州京江资本管理有限公司、常州京澜资本管理有限公司与常州长平资本管理公司均为中植资本全资子公司，为一致行动人。					

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
是

互联网营销业

在过去的2017年，国内经济持续增长，互联网经济业态不断发展。报告期内，公司顺应经济发展潮流，积极拓展互联网营销板块的新业务，优化传统板块经营模式。报告期内，公司实现营业收入687,601.45万元，较上年同期增长29.99%；实现归属于普通股股东的利润-30,582.49万元，较上年同期下降了314.85%。截至报告期末，公司的总资产规模为355,475.60万元，较上年同期下降了3.58%；归属于上市公司股东的净资产为189,012.20万元，较上年同期下降了14.47%。报告期内公司实现基本每股收益-0.4210元/股。

1. 互联网营销业务取得持续发展

互联网营销业务是公司营业收入的主要来源，也是公司利润的核心支撑。报告期内，公司互联网营销业务实现营业收入580,014.85万元，较上年同期增长25.13%，营业收入占公司总营业收入的84.35%。

(1) 业绩承诺期届满，各子公司利润实现情况

2017年，公司互联网营销板块三家子公司煜唐联创、北京智创、北京优力的利润承诺期届满，具体情况如下：

根据业绩承诺，煜唐联创应在2015年度、2016年度、2017年度分别达到不低于10,000万元、13,000万元、16,000万元的扣除非经常性损益后的净利润。在业绩承诺期内，煜唐联创实现的扣除非经常性损益后、未计提超额业绩奖励前的净利润分别为10,211.76万元、14,121.24万元和18,703.76万元（会计师对煜唐联创2017年扣除非经常性损益后与未计提超额业绩奖励前的归属于母公司所有者的净利润金额发表了无法表示意见）。

根据业绩承诺，北京智创应在2014年度至2017年度期间分别达到扣除非经常性损益后的净利润不低于1,800万元、2,340万元、3,042万元和3,954.6万元。在业绩承诺期内，北京智创实现的扣除非经常性损益的净利润分别为2,059.17万元、7,462.15万元、3,428.95万元和2,586.06万元，业绩承诺完成率为139.51%。

根据业绩承诺，北京优力应在2015年度、2016年度和2017年度分别达到不低于2,600万元、3,380万元和4,394万元的扣除非经常性损益后的净利润。在业绩承诺期内，北京优力实现的扣除非经常性损益的净利润分别为3,037.43万元、3,174.97万元、1,419.97万元，业绩承诺完成率为73.57%，未能完成承诺利润。

(2) 技术引领，创意驱动，在激烈的市场竞争中保持优势

大数据的不断积累和应用是互联网精准营销实现的关键。煜唐联创拥有多款实用的开发工具，并顺应行业和市场的变化，快速迭代更新。凭借技术上的优势和多年的市场积累，整合丰富的媒体资源，为客户提供一站式全案式的互联网广告采买，优化，创意，技术支持等服务，搜索引擎营销业务和信息流业务等持续增长。北京智创一方面巩固已有的优势媒体资源。优化和提高诸如飞常准，携程旅行等航旅类移动媒体资源的质量以满足客户的更高需求。另一方面，积极开拓垂直细分移动媒体领域，2017年成功在运动健身，消费升级，科技媒体，O2O等领域挖掘具有商业合作价值的媒体，并帮广告客户在针对细分人群的圈层营销中获得成功。同时，发掘市场上优质的头部媒体资源积极寻求深度合作开发非标的定制化资源，公司还为OFO单车和美团外卖这样的新移动应用产品成功进行了商业模式的发展和广告规划。

(3) 服务客户，把握市场先机，紧跟发展趋势

移动互联网的普及、社会消费习惯的变化，促进了互联网营销的模式更新，信息流业务的迅速崛起，信息流广告成为公司业绩增长的新动力。移动互联网让网民的上网时间碎片化地分散到了众多APP中，其中以个性化推荐为核心的新闻客户端起量迅猛，形成了以今日头条、UC为代表的新兴信息流媒体。报告期内，煜唐联创继续拓展信息流业务，保有了今日头条、UC等媒体的核心代理权，在移动信息流广告市场中占据了一定地位。北京智创在移动互联网领域深耕多年，具有丰富的移动互联网营销经验，报告期内北京智创通过发掘媒体和客户的切合点，带来双方获利的co-branding的联合营销，并开始有意为客户进行更加贴近目标消费者生活情境的营销模式和手段。

2、调整布局，优化管理，激发传统化工业务的新活力

公司在传统化工行业的多年深耕，实现了客户和收入的积累，但同时也面临利润增长瓶颈。报告期内，公司积极响应国家政策，淘汰落后产能，关停老旧生产线，进行产能的调整。油墨事业部将原来的七大生产基地调整为四大生产基地（北京、广东、杭州、成都），关停了青岛天龙、上海亚联、沈阳天金龙三个设备陈旧的生产厂区，注销沈阳天金龙、武汉天龙以及部分分公司，精简当地的服务人员。通过生产基地的重新布局、管理架构的重新调整，以降低生产成本、提高产能利用率，提升现有产品品质和技术水平。公司还依托日益发达的物流网络和快速反映的服务网络，对客户销售服务工作加以改进，弥补生产基地撤减造成的服务真空，以创新驱动发展，提升服务质量。报告期内，公司油墨业务实现营业收入37,402.77万元，较上年同期增长4.83%。但因业务调整产生的一次性费用对冲利润，报告期内油墨业务的整体利润短期有所下滑。林产化工事业部，控股子公司天龙精细化工逆势增长，随着其产能逐步释放，成为林产化工板块新的亮点，林产化工的整体业务在报告期内取得了69,797.48万元的营业收入，较上年同期增长了18.61%。

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第8号——上市公司从事互联网营销业务》的披露要求：

公司互联网营销业务主要分为搜索引擎营销业务（SEM）、信息流业务和其他业务（CRM、EPR、创意服务等），其中，煜

唐联创主要开展SEM业务，与百度、360、搜狗、今日头条、UC等保持较稳定的合作，是上述媒体的重要代理商；北京智创和北京优力则开展其他业务，长期服务于国内著名的汽车、家化等品牌商。报告期内，公司互联网营销业务具体经营情况如下：

(1) 客户分析

	客户数量（个）	客户留存率	营业收入（万元）
直接类客户	14,849	52%	362,720.31
代理类客户	608	50%	178,451.89
返点收入	-	-	38,842.66
合计	15,457	52%	580,014.85

(2) 收入分析

		收入金额（万元）	占收入总额的比例
移动端	搜索引擎营销	93,439.18	16.11%
	积分墙营销	844.10	0.15%
	程序化购买	373.64	0.06%
	信息流	162,268.73	27.98%
	APP 应用	35,114.84	6.05%
	其他	4,541.37	0.78%
	移动端小计	296,581.85	51.13%
非移动端	搜索引擎营销	231,931.05	39.99%
	信息流	796.35	0.14%
	应用平台	88.52	0.02%
	营销数据服务	27.26	0.00%
	其他	883.77	0.15%
	非移动端小计	233,726.95	40.30%
返点收入		38,842.66	6.70%
自媒体收入		6,763.61	1.17%
其他收入		4,099.77	0.71%
合计		580,014.85	100.00%

(3) 合作媒体分析

	收入金额（万元）	占收入总额的比例
门户网站	883.766714	0.15%
搜索平台	325,370.23	56.10%
应用开发商	36,421.10	6.28%
信息流媒体平台	163,065.08	28.11%
其他	54,274.68	9.36%
合计	580,014.85	100.00%

(4) 根据计费方式和媒体平台区分的媒体采购情况

		采购金额（万元）	占采购总额的比例
包断计费	门户网站	1,190.65	0.21%
	搜索平台	61,014.95	10.57%
	应用开发商	21,110.83	3.66%
	信息流	11,173.15	1.93%
	其他	1,330.84	0.23%
	包断计费小计	95,820.43	16.59%

		采购金额（万元）	占采购总额的比例
流量计费	门户网站	1,390.04	0.24%
	搜索平台	299,308.02	51.83%
	应用开发商	24,590.55	4.26%
	其他（信息流）	176,656.90	30.59%
	其他（积分墙）	608.06	0.11%
	其他	568.10	0.10%
	流量计费小计	503,121.67	87.13%
其他方式		189.46	0.03%
返点支出		-21,666.84	-3.75%
合计		577,464.72	100.00%

(5) 合作平台分析

报告期内，公司主要的合作平台为供应商平台，交易金额为 554,305.84 万元。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10% 以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
松香、松节油、树脂	697,974,840.94	623,808,952.37	10.63%	18.61%	20.59%	-1.46%
互联网营销服务	5,800,148,548.77	5,325,946,138.59	8.18%	33.56%	36.60%	-2.04%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

(一) 会计政策变更

1、本集团于 2017 年 8 月 28 日，公司第四届董事会第十四次会议审议通过了《关于变更会计政策的议案》，自 2017 年 1 月 1 日采用《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会〔2017〕15 号）相关规定，采用未来适用法处理。会计政策变更导致影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 将合并及母公司利润表中的“营业利润”项目之上单独列报“其他收益”项目，将计入其他收益的政府补助在该项目中反映。	“营业外收入”、“其他收益”
(2) 将自 2017 年 1 月 1 日起与日常活动相关的政府补助，从利润表“营业外收入”项目调整为利润表“其他收益”项目列报。比较数据不予调整。	调增合并利润表“其他收益”本期金额 7,893,139.41 元，调减合并利润表“营业外收入”本期金额 7,893,139.41 元。调增母公司利润表“其他收益”本期金额 440,000.04 元，调减母公司利润表“营业外收入”本期金额 440,000.04 元。

2、2018 年 4 月 25 日，公司第四届董事会第二十三次会议审议通过了《关于变更会计政策的议案》，采用《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组及终止经营》（财会〔2017〕13 号）对 2017 年度相关会计科目进行会计处理。企业对实施日存在的持有待售的非流动资产、处置组及终止经营，采用未来适用法处理。会计政策变更导致影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 在合并及母公司利润表中区分“持续经营净利润”和“终止经营净利润”项目。	“持续经营净利润”
(2) 在合并及母公司利润表中区分“持续经营净利润”和“终止经营净利润”项目，比较数据相应调整。	增加合并利润表“持续经营净利润”本期金额 -325,202,207.57 元，上期金额 142,630,641.48 元；增加母公司利润表“持续经营净利润”本期金额 -71,943,761.77 元，上期金额 -5,621,478.67 元。

3、2018 年 4 月 25 日，公司第四届董事会第二十三次会议审议通过了《关于变更会计政策的议案》，根据《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30 号）的规定，对财务报表格式进行修订，适用于 2017 年度及以后期间的财务报表。会计政策变更导致影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 在合并及母公司利润表新增“资产处置收益”行项目，并追溯调整。	“营业外收入”、“营业外支出”、“资产处置收益”
(2) 在合并及母公司利润表新增“资产处置收益”行项目，将部分原列入“营业外收入”及“营业外支出”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比较数据相应调整。	调增合并利润表“资产处置收益”本期金额 -1,282,119.68 元，上期金额 -872,154.71 元；调减合并利润表“营业外收入”本期金额 1,038,640.95 元，上期金额 304,708.18 元；调减合并利润表“营业外支出”本期金额 2,320,760.63 元，上期金额 1,176,862.89 元。调增母公司利润表“资产处置收益”本期金额 -13,073.79 元，上期金额 23,560,525.11 元；调减母公司利润表“营业外收入”本期金额 441.77 元，上期金额 24,040,037.76 元；调减母公司利润表“营业外支出”本期金额 13,515.56 元，上期金额 479,512.65 元。

(二) 会计估计变更

本公司本财务报告期内无会计估计变更事项。

(三) 会计差错更正

本公司本财务报告期内无重大会计差错更正事项。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

经公司第四届董事会第四次会议决议通过，公司决定注销控股子公司贵港中加树脂有限公司和全资子公司云县天亿林产化工有限公司。2017年6月15日，公司控股子公司贵港中加树脂有限公司注销完毕。2017年12月25日，公司全资子公司云县天亿林产化工有限公司注销完毕。与上年度财务报告相比，中加树脂和天亿林化不再纳入公司合并报表范围。